

ANALISIS SALURAN DISTIBUSI AIR MINUM MINERAL MEREK ESPRO PADA PT. TIRTA ADI GUNA INDAH PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Komprehensif
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru



Oleh :

MUHAMMAD AZRI

NIM. 10471025930

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2010**

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DISTIBUSI AIR MINUM MINERAL MEREK ESPRO PADA PT. TIRTA ADI GUNA INDAH PEKANBARU



Oleh :

MUHAMMAD AZRI

NIM. 10471025930

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2010**

ABSTRAK
ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM
MEREK ESPRO PADA PT TIRTA ADI GUNA INDAH PEKANBARU

Oleh : Muhammad Azri

Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk memudahkan perusahaan dalam memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa dalam saluran distribusi yang menyebabkan berfluktuasinya dan tidak tercapainya target penjualan produk merek ESPRO pada PT.Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Hipotesis yang penulis ajukan yaitu diduga saluran distribusi sangat mempengaruhi berfluktuasi penjualan air minum merek ESPRO pada PT.Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistem wawancara, dokumentasi, dan kuesioner, kemudian di tambah dengan data-data primer dan data sekunder yang diberikan oleh PT.Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Dari hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan bahwa PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru memiliki masalah-masalah didalam saluran distribusi yang berpengaruh terhadap berfluktuasinya penjualan. Masalah-masalah tersebut terdapat pada bagian transportasi, penggudangan, dan salesman. Pada bagian transportasi perusahaan kurang memperhatikan kondisi kendaraan yang dimiliki, perusahaan belum memiliki bengkel service sendiri, sebagian besar karyawan masih belum paham dengan perbaikan kendaraan, sehingga kinerja karyawan bidang transportasi masih belum optimal. Pada bagian penggudangan terdapat masalah yaitu kapasitas gudang yang belum memadai, letak gudang yang kurang strategis, dan sistem penyimpanan yang masih kurang baik. Sedangkan pada bagian salesman masih kurang baiknya cara berkomunikasi dengan konsumen, kemudian masalah penampilan serta kerapian yang masih kurang diperhatikan. Dari permasalahan tersebut perusahaan hendaknya segera mengambil kebijakan untuk mengatasi permasalahan yang ada antara lain pada bagian transportasi dan salesman dengan cara memberikan pelatihan atau merekrut karyawan baru yang sesuai dengan keahlian dan bidangnya, kemudian untuk gudang diperlukan penambahan kapasitas ataupun penambahan gudang baru dan hendaknya diletakkan dekat dengan area pemasaran.

Kata kunci : Transportasi, Penggudangan, Salesman

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Penulisan	8
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	10
B. Pengertian dan Fungsi Saluran Distribusi	12
1. Pengertian Saluran Distribusi	12
2. Fungsi Saluran Distribusi	14
3. Distribusi Fisik	15
4. Jenis Saluran Distribusi	15
5. Lembaga Saluran Distribusi	17
6. Menentukan banyaknya Saluran.....	20
7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	22
C. Peranan Penggudangan	24
1. Menentukan Lokasi Gudang.....	24
2. Operasi Gudang	25
D. Transportasi.....	26
E. Pengertian dan Fungsi Salesman.....	29
1. Pengertian Salesman.....	29
2. Fungsi Salesman	30
F. Pandangan Islam Tentang Pemasaran.....	31
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
H. Hipotesis.....	35
I. Variabel Penelitian	35
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Jenis dan Sumber Data	36
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Analisis Data	37

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	38
B. Struktur Organisasi Perusahaan	38
C. Daerah Pemasaran	43

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	40
B. Deskripsi Variabel.....	40
1. Analisis Transportasi	41
2. Analisis Penggudangan	47
3. Analisis Salesman.....	53

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian di dunia saat ini telah mencapai situasi dimana persaingan telah menjadi menu sehari-hari yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis disetiap sektor kegiatan ekonomi. Fenomena ini tidak hanya terdapat pada belahan dunia yang telah mapan perekonomiannya, tetapi juga terjadi dinegara-negara yang sedang berkembang perekonomiannya. Setiap perusahaan baik perusahaan yang bergerak dibidang jasa, industri maupun perdagangan mempunyai tujuan strategi kedalam target spesifik yaitu membuka pasar baru yang mana hal itu dapat menambah omset penjualan serta menambah pemasukan bagi pengoperasian perusahaan.

Salah satu masalah yang terdapat dibidang pemasaran adalah distribusi barang dan jasa yang akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik melalui saluran langsung maupun saluran tidak langsung. Peranan saluran distribusi dalam hal ini adalah sebagai saluran untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk baik itu berupa agen, pedagang besar, pengecer (*grosir*), dan sebagainya yang akhirnya sampai ke konsumen.

Pada era perokomian yang modern seperti sekarang ini, dimana produsen tidak hanya langsung memasarkan atau menyampaikan produk ke konsumen, akan tetapi dengan membuat suatu saluran yang memiliki peranan untuk menyampaikan produk yang telah dihasilkan oleh produsen kepada konsumen. Maka dari itu sepantasnya perusahaan yang berfungsi sebagai distributor atau

perusahaan yang berfungsi sebagai penyalur harus mampu membuat rencana yang tepat dalam hal penentuan model saluran distribusi yang nantinya akan digunakan oleh perusahaan itu sendiri.

PT. Tirta Adi Guna Indah memproduksi air minum mineral dua jenis merek, yaitu ESPRO dan ARONA, masing-masing berukuran 600 ml, 1500 ml, 240 ml, dan ukuran gallon. Adapun jumlah karyawan yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah adalah 80 orang. PT. Tirta Adi Guna Indah dalam mendistribusikan produknya ke konsumen menggunakan gudang dan armada angkutan milik perusahaan itu sendiri. Gudang PT. Tirta Adi Guna Indah yang terletak di Pekanbaru berfungsi sebagai tempat penyimpanan hasil produksi. Namun demikian ada juga sebagian dari hasil produksi yang dikirim ke pelanggan yang ada disekitar lokasi pabrik. Produk yang dihasilkan oleh PT. Tirta Adi Guna Indah dipasarkan ke kabupaten yang ada di Propinsi Riau.

Berikut tabel 1.1 menjelaskan perkembangan target dan realisasi atau pemenuhan pendistribusian air minum mineral merek ESPRO pada PT. Tirta Adi Guna Indah dari tahun 2004-2008.

Tabel I.1 Target dan Realisasi Pendistribusian Air Minum Merek Espro Pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

Tahun	TERGET				REALISASI				PERSENTASE			
	Galon	Botol 600 ml	Botol 1500 ml	Gelas	Galon	Botol 600 ml	Botol 1500 ml	Gelas	Galon	Botol 600 ml	Botol 1500 ml	Gelas
2004	100.800	136.800	72.000	360.000	72.430	78.098	41.056	258.890	71,85%	57,09%	57,02%	71,90%
2005	90.000	126.000	82.800	360.000	61.285	90.210	52.870	280.567	68,09%	71,59%	63,85%	77,93%
2006	90.000	126.000	90.000	365.000	65.230	75.280	58.980	281.240	72,48%	59,75%	65,53%	77,05%
2007	90.000	126.000	90.000	380.000	60.563	81.089	56.245	289.340	67,29%	64,36%	62,49%	76,14%
2008	100.800	126.000	90.000	380.000	57.240	86.078	52.343	241.500	56,78%	68,31%	58,16%	63,55%

Dari tabel I.1 dapat dilihat bahwa sejak tahun 2004 sampai 2008 PT. Tirta Adi Guna Indah dalam melakukan pendistribusian air mineral tidak pernah mencapai target yang telah direncanakan, persentase pencapaian target tertinggi pendistribusian air mineral sebesar 77,93 % yaitu pada tahun 2005 untuk kemasan gelas, sedangkan persentase pencapaian terendah adalah sebesar 56,78% yaitu untuk kemasan gallon 19L pada tahun 2007. Tidak terealisasinya pendistribusian air minum mineral dari tahun 2004-2008 akan menyebabkan semakin menurunnya laba yang diharapkan oleh perusahaan, berarti ini akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang.

Berkaitan dengan tidak tercapainya pendistribusian air minum mineral pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru, maka kegiatan pemasaran terutama sistem saluran distribusi fisik yang dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya transportasi yang berkaitan dengan jumlah armada dan sebagainya. Berikut tabel I.2 akan menjelaskan tentang jumlah armada yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah.

Tabel I.2 Jenis dan jumlah transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Jenis Kendaraan	Jumlah
1	Colt Diesel Merk Dyna	6 unit
2	L-300	3 unit

Sumber: PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

Dari tabel I.2 dapat dilihat jumlah transportasi yang dimiliki PT. Tirta Adi Guna Indah berjumlah 9 unit, dengan perincian Colt Diesel merk Dyna berjumlah 6 unit, dan L-300 berjumlah 3 unit.. Berikut adalah tabel 1.3, menggambarkan

jumlah produksi yang dihasilkan PT. Tirta Adi Guna Indah pertahunnya dengan setiap masing-masing kemasan.

Tabel I.3 Rata-rata Jumlah Produksi ESPRO Pertahun PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Tahun	Jenis Kemasan Produk			
		240 ml (Karton)	600 ml (Karton)	1500 ml (Karton)	19 L (Galon)
1	2004	380.815	162.400	90.300	105.000
2	2005	373.900	154.800	120.200	103.100
3	2006	398.076	136.240	131.800	113.658
4	2007	425.800	130.047	126.700	120.432
5	2008	405.987	138.856	124.400	128.690

Sumber: PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

Tabel I.4 Jumlah Muatan Armada Transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Jenis Kendaraan	Muatan Kendaraan	
		Kemasan Galon	Kemasan Karton
1	Colt Diesel Merk Dyna	400	1200
2	L-300	100	300

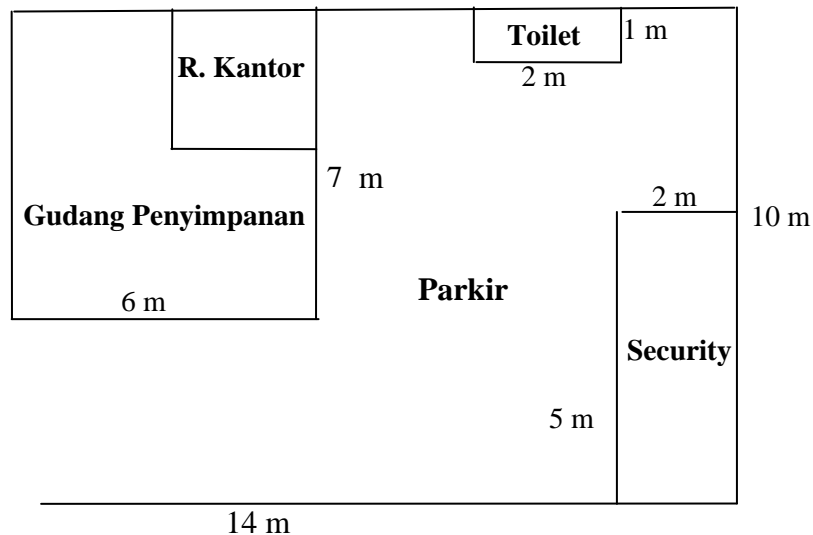
Sumber: PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

Tabel I.4 menunjukkan tentang berapa jumlah muatan angkutan yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Untuk colt diesel merk dyna dapat mengangkut 400 galon dan untuk kemasan karton satu armada colt diesel tersebut dapat mengangkut 1200 karton air mineral. Sedangkan untuk L-300 muatannya 100 untuk kemasan galon dan 300 untuk kemasan karton.

Selain masalah transportasi, PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru juga mengalami permasalahan dalam bidang penggudangan yang terletak di

Pekanbaru. Luas gudang secara keseluruhan adalah $\pm 140 \text{ m}^2$, dengan luas gudang penyimpanan adalah $\pm 42 \text{ m}^2$ sudah termasuk di dalamnya kantor, pos jaga security $\pm 10 \text{ m}^2$, dan toilet $\pm 4 \text{ m}^2$ dan selebihnya adalah parkir $\pm 68 \text{ m}^2$. Karena kapasitas gudang penyimpanan tidak memadai untuk menampung seluruh hasil produksi, sehingga sebagian besar hasil produksi disimpan di dalam angkutan transportasi di area parkir. Berikut adalah gambar 1.1, yaitu denah gudang PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.

Gambar I.1 : Denah Gudang PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.



Berdasarkan hal tersebut, maka penulis membahas lebih lanjut kedalam suatu penulisan penelitian yang diberi judul **“ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM MINERAL MEREK ESPRO PADA PT. TIRTA ADI GUNA INDAH PEKANBARU.”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka penulis dalam penelitian ini menetapkan perumusan masalah sebagai berikut : “Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap berfluktuasinya penjualan air minum merek ESPRO pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa didalam saluran distribusi yang menyebabkan berfluktuasinya dan tidak tercapainya target penjualan produk merek ESPRO yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

a. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai pengembangan wawasan serta aplikasi dari disiplin ilmu yang dipelajari.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk mengatasi masalah yang ada pada saluran distribusi perusahaan.

c. Bagi rekan-rekan, hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan ataupun informasi dalam pengembangan pengetahuan tentang saluran distribusi pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.

D. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui sistematika isi dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis mengemukakan dasar-dasar teoritis sebagai pedoman dalam penulisan penelitian ini, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yang mendukung terhadap pemecahan masalah, yang terdiri dari pengertian manajemen pemasaran, saluran distribusi serta hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan analisis masalah dan pembahasan dari masalah pendistribusian air minum mineral,

masalah penyimpanan dan masalah pengangkutan air minum mineral.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran bukan hanya merupakan kegiatan menjual barang yang diproduksi oleh perusahaan kepada konsumen atau hanya sekedar merupakan kegiatan distribusi barang dari produsen ke konsumen saja. Pemasaran mencakup kegiatan yang dapat berguna dalam menciptakan, mengembangkan, mendistribusikan barang yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen berdasarkan kemampuan dalam menghasilkan suatu barang.

Eksistensi suatu perusahaan sangat tergantung kepada kemampuan perusahaan tersebut dalam menguasai pasar yang ada. Disinilah dituntut kejelian dari perusahaan bagaimana supaya pasar tersebut dapat dikuasai melalui pemasaran yang tepat. Begitu pentingnya arti pemasaran bagi perusahaan dan kehidupan ekonomi masyarakat telah menimbulkan banyaknya para ahli ekonomi yang mengemukakan berbagai pengertian tentang pemasaran.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Selain itu pemasaran juga merupakan suatu sistem total dari aktivitas usaha yang didesain untuk merencanakan, menetapkan keinginan kepada pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi. (Kotler, 2000:9)

Menurut American Marketing Association (AMA) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penerapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional. **(Anoraga, 2000:215)**

Menurut Stanton, yang dimaksud dengan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. **(Swastha dan Irawan, 2003:5)**

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefenisikan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi. **(Kotler, 2005:10)**

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Konsep pemasaran ada empat yaitu: **(Assauri, 2004:82)**

- a. Kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Kegiatan pemasaran terpadu
- c. Kepuasan konsumen
- d. Tujuan perusahaan jangka panjang

Menurut **Kotler, Hoon Ang dan Tiong Tan (2004:24)** Konsep pemasaran menyebutkan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi jika perusahaan itu lebih efektif dari pada pesaingnya dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan manfaat pelanggan yang lebih unggul bagi pasar sasaran yang dipilihnya. Hal ini dinyatakan dalam banyak cara yang penuh warna, seperti berikut:

- a. Memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan
- b. Menemukan kegiatan dan memenuhinya
- c. Cintai pelanggan bukan produk
- d. Anda paling utama
- e. Kami melakukan segalanya itu untuk anda

B. Pengertian dan Fungsi Saluran Distribusi

1. Pengertian saluran Distribusi

Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran yang dipilih sangat mempengaruhi setiap keputusan pemasaran lainnya. Oleh karena itu dalam memilih saluran distribusi manajemen harus dapat mendukung tidak hanya pada apa yang terjadi diluar perusahaan seperti lingkungan penjualan, apa yang terjadi dikemudian hari maupun apa yang sedang berlangsung, tetapi dalam menyalurkan barang dari perusahaan ke konsumen harus seefisien dan seefektif mungkin. Untuk lebih jelasnya penulis mencoba mengemukakan pengertian tentang saluran distribusi menurut para ahli, yaitu :

Saluran distribusi adalah jalur yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen atau pemakai industri. **(Swastha, 2000:190)**

Menurut Kotler saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi independen yang terlibat dalam proses membuat sebuah produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi **(Amir, 2005:186)**

Saluran pemasaran (*Channel Member*) adalah serangkaian dari organisasi yang saling bergantung yang memudahkan pemindahan kepemilikan sebagaimana produk-produk bergerak dari produsen ke pengguna bisnis atau pelanggan. **(Mc. Daniel, 2001:8)**

Saluran distribusi adalah sistem yang menghubungkan manufaktur ke pelanggan, saluran konsumen dirancang untuk menempatkan produk tersebut ditangan orang-orang untuk mereka gunakan sendiri, sedangkan saluran barang industri menyampaikan produk ke manufaktur atau organisasi yang menggunakan produk tersebut dalam proses produksi atau dalam proses sehari-hari. **(J. keegan 2003:136)**

Menurut C. Clenn Walters saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. **(Swastha dan Irawan,2003:286)**

Bertitik tolak dari pengertian dan fungsi saluran distribusi diatas maka dapat disimpulkan:

- a. Saluran distribusi merupakan lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai tujuan.
- b. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Pasar merupakan tujuan akhir dari saluran distribusi.
- c. Saluran distribusi mempunyai dua tugas penting untuk mencapai tujuan yaitu, mengadakan penggolongan produk, dan mendistribusikan produk.

2. Fungsi Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah suatu hal yang dapat dipertimbangkan sebagai fungsi yang harus dilakukan untuk memasarkan barang secara efektif. Karena saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha seperti produsen, pedagang besar dan pengecer.

Adapun fungsi dari saluran distribusi adalah **(Kotler dan Armstrong, 2004:510)**

- a. Informasi, mengumpulkan dan mendistribusikan riset pemasaran serta informasi intelijen mengenai faktor dan kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang dibutuhkan untuk merencanakan dan membantu pertukaran.
- b. Promosi, mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif mengenai suatu pemasaran.
- c. Kontak, menemukan dan berkomunikasi dengan calon pembeli.
- d. Penyesuaian, membentuk dan menyesuaikan tawaran dengan kebutuhan pembeli, termasuk aktifitas seperti pembuatan, pemilihan, mencapai

persetujuan mengenai harga dan persyaratan lain dari tawaran sehingga kepemilikan dapat dipindahkan.

- e. Negosiasi, mencapai persetujuan mengenai harga dan persyaratan lain dari tawaran sehingga kepemilikan dapat dipindahkan.

3. Distribusi Fisik

Distribusi fisik (logistik pemasaran) mempunyai tugas yang mencakup perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian arus material, barang jadi dan informasi yang berkaitan secara fisik dari tempat asalnya ketempat konsumen untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan menghasilkan laba. **(Kotler dan Armstrong, 1998:26)**

Secara terperinci kegiatan-kegiatan yang ada pada distribusi fisik dapat dibagi dalam lima kelompok, yaitu:

- a. Penemuan lokasi persediaan dan sistem penyimpanan
- b. Penentuan sistem penanganan barang
- c. Penggunaan sistem pengawasan persediaan
- d. Penetapan produser untuk memproses pesanan
- e. Pemilihan metode pengangkutan.

4. Jenis Saluran Distribusi

- a. Saluran Distribusi Barang Konsumsi

Dalam penyaluran barang konsumsi terdapat lima macam saluran, pada setiap saluran produsen mempunyai alternatif yang sama untuk menggunakan kantor dan penjualan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi tersebut adalah: **(Swastha dan Irawan, 2003:295).**

a) Produsen → Konsumen

Bentuk saluran distribusi ini adalah saluran yang paling pendek, karena tidak menggunakan perantara. Produsen menjual barang yang dihasilkan dengan mendatangi rumah konsumen atau melalui pos.

b) Produsen → Pengecer → Konsumen

Saluran distribusi ini juga disebut saluran distribusi langsung, karena pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen.

c) Produsen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen

Saluran ini dapat dinamakan saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembeli dan pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian konsumen dilayani oleh pengecer.

d) Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Produsen memilih agen sebagai penyaluran barangnya dan agen melakukan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada pengecer besar.

e) Produsen → Agen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen

Produsen menggunakan agen penjualan untuk menyalurkan barangnya kepada para pedagang besar kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil.

b. Saluran Distribusi Barang Industri

Karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka ada empat macam saluran distribusi barang industri yang dapat digunakan oleh pemakai industri, yaitu :

1) Produsen → Pemakai Industri

Saluran ini merupakan saluran paling pendek, disebut juga saluran langsung. Saluran ini dipakai untuk penjualan yang berjumlah besar.

2) Produsen → Distribusi Industri → Pemakai Industri

Produsen barang-barang jenis pelengkap koperasi *accessory equipment* kecil biasanya dapat menggunakan distribusi industri untuk mencapai pasarnya.

3) Produsen → Agen → Distributor Industri → Pemakai Industri

Saluran ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualnya terlalu kecil untuk dijual secara langsung.

4) Produsen → Agen → Pemakai Industri

Biasanya saluran ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran, juga penggudangan yang ingin memperkenalkan barang atau ingin memasuki daerah pemasaran baru.

5. Lembaga Saluran Distribusi

Secara garis besar terdapat dua golongan lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam saluran distribusi, yaitu:

a. Perantara Pedagang

Pada dasarnya perantara pedagang (*merchant middleman*) ini bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Adapun lembaga-lembaga yang termasuk ke dalam golongan perantara pedagang adalah:

1) Pedagang besar (*whole saler*)

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

2) Pengecer (*retailer*)

Pengecer adalah meliputi semua kegiatan yang berhubungan secara langsung dengan penjual barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (bukan keperluan usaha). Namun tidak menutup kemungkinan adanya penjual secara langsung dengan para pemakai karena tidak semua barang industri selalu dibeli dalam jumlah besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa produsen juga dapat bertindak sekaligus sebagai pedagang karena selain membuat barang juga ikut memperdagangkannya.

b. Perantara agen

Agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi-fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk

memiliki barang yang diperdagangkan. Pada dasarnya perantara agen dapat digolongkan menjadi dua golongan:

1) Agen penunjang (*facilitating agent*)

Agen penunjang merupakan agen yang mengkhususkan kegiatannya ke dalam beberapa aspek pemindahan barang dan jasa, mereka terbagi dalam beberapa golongan antara lain:

- a) Agen pengangkutan borongan (*bulk transportation agent*)
- b) Agen penyimpanan (*storage agent*)
- c) Agen pengangkutan khusus (*sociality shipper*)
- d) Agen pembelian dan penjualan (*purchase dan sales agent*)

Kegiatan agen penunjang adalah membantu untuk memindahkan barang-barang sedemikian rupa sehingga mengadakan hubungan langsung dengan pembeli dan penjual. Jadi agen penunjang ini melayani kebutuhan-kebutuhan yang ada disetiap kelompok secara serempak.

2) Agen Pelengkap (*supplemental agent*)

Agen pelengkap berfungsi melaksanakan jasa-jasa tambahan dalam menyalurkan barang dengan memperbaiki adanya kekurangan-kekurangan. Apabila pedagang atau lembaga lain tidak dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyaluran barang, maka agen pelengkap dapat menggantikannya.

Jasa-jasa yang dilakukan antara lain:

- a) Jasa pembimbing / konsultasi
- b) Jasa finansial

- c) Jasa informasi
- d) Jasa khusus lainnya

Berdasarkan macam jasa yang ditawarkan tersebut agen pelengkap dapat digolongkan kedalam : **(Swastha, 2003:293)**

- a) Agen yang membantu dibidang keuangan seperti bank
- b) Agen yang membantu dalam mengambil keputusan seperti biro iklan, lembaga penelitian, dokter dan sebagainya.
- c) Agen yang membantu penyediaan informasi seperti TV, surat kabar, radio, dan lain-lainnya.
- d) Agen khusus lainnya seperti asuransi, perusahaan computer, fotocopy, dan sebagainya.

6. Menentukan Banyaknya Saluran

Banyak perusahaan-perusahaan tidak mencapai sasaran penjualan yang disebabkan oleh tidak tepatnya saluran distribusi yang digunakan. Ada tiga pertimbangan utama dalam hal memilih panjangnya saluran distribusi yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu : **(Marius P. Angipora, 2002:313)**

- a. Sifat dari produk

Bagi suatu produk yang merupakan kelompok barang industri misalnya dimana produk ini bukan barang yang mudah rusak, dan produk ini mempunyai unit value yang tidak tinggi akan tetapi mempunyai ukuran dan berat. Hal ini mempengaruhi akan pengangkutan serta tempat penyimpanannya.

Pemindahan dari suatu gudang ke lain gudang menjadi sulit dan mahal biayanya, dengan demikian dibutuhkan saluran yang mempersingkat jarak pengiriman dan jumlah penanganan selama perjalanan dari perusahaan ke industrial users. Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut maka perusahaan hanya menggunakan saluran distribusi tertentu saja.

b. Sifat dari pasar

Suatu pasar dibutuhkan oleh produk itu sendiri untuk menentukan channel yang akan mengantarkan barang tersebut ke tujuan akhir.

Perusahaan harus menentukan tiga faktor yang menentukan, yaitu :

- 1) Persaingan
- 2) Lokasi pembeli
- 3) Jumlah perusahaan

c. Ciri-ciri perantara

Ciri-ciri umum perantara yang perlu dipertimbangkan para pengusaha antara lain meliputi :

- 1) Service yang diberikan
- 2) Kemampuan menjual
- 3) Biaya

Dalam menentukan jumlah perantara untuk ditempatkan sebagai pedagang besar atau pengecer, produsen mempunyai 3 (tiga) alternatif pilihan yaitu :

a) Distribusi Intensif

Perusahaan berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Semua ini

dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen. Makin cepat konsumen terpenuhi kebutuhan mereka merasa adanya kepuasan, sedangkan untuk barang industri distribusi intensif ini biasanya terbatas untuk operating supplies atau barang standar lainnya.

b) Distribusi Selektif

Perusahaan yang menggunakan distribusi selektif ini berusaha memilih suatu jumlah pedagang besar dan pengecer yang terbatas dalam suatu daerah geografis. Biasanya saluran ini dipakai untuk memasarkan produk baru, barang shopping atau barang spesial, dan barang industri jenis accessory equipment. Penggunaan saluran distribusi selektif ini dimaksudkan untuk meniadakan penyalur yang tidak menguntungkan dan meningkatkan volume penjualan dengan jumlah transaksi lebih terbatas.

c) Distribusi Eksklusif

Bentuk penyaluran ini dimana perusahaan hanya memilih satu perantara didalam suatu daerah tertentu. Dengan hanya satu penyalur, perusahaan akan lebih mudah dalam mengadakan pengawasan pada tingkat harga maupun pada usaha kerja sama dengan penyalur mengenai strategi pemasaran lainnya.

7. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi

Dari bermacam-macam saluran distribusi yang penulis kemukakan tentunya perusahaan yang bertindak sebagai produsen harus hati-hati dalam menentukan saluran distribusi yang tepat. Karena hal ini mempunyai hubungan yang erat dengan berhasil atau tidaknya produsen memasarkan barang-barang

sampai ke konsumen. Penetapan ini penting sebab cocok atau tidaknya mata rantai yang digunakan tergantung dari perusahaan itu sendiri, cocok bagi suatu perusahaan belum tentu cocok bagi perusahaan lain, demikian pula sebaliknya.

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan atau memilih saluran distribusi yaitu: **(Swastha dan Irawan, 2003:229)**

a. Pertimbangan pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola konsumen, maka keadaan pasar ini merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran. Beberapa faktor pasar yang harus diperhatikan adalah:

- 1) Konsumen atau pasar industri
- 2) Jumlah pembeli potensial
- 3) Konsentrasi pasar secara geografis
- 4) Jumlah pesanan
- 5) Kebiasaan dalam pembelian

b. Pertimbangan barang

Beberapa faktor yang diperimbangkan dari segi barang yaitu:

- 1) Nilai unit
- 2) Besar dan berat barang
- 3) Mudah rusaknya barang
- 4) Barang standar
- 5) Luasnya *Product Line*

c. Pertimbangan perusahaan

Pada segi perusahaan, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

- 1) Sumber pembelajaran
- 2) Pengalaman dan kemampuan manajemen
- 3) Pengawasan saluran
- 4) Pelayanan yang diberikan oleh penjual

d. Pertimbangan perantara

Pada segi perantara, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

- 1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara
- 2) Kegunaan perantara
- 3) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen
- 4) Volume penjualan
- 5) Ongkos

Dengan demikian, maka perusahaan dapat menentukan saluran distribusi yang tepat sehingga produsen dapat menyalurkan barang dan jasa kepada konsumen seefektif mungkin.

C. Peranan Penggudangan

Gudang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang hasil produksi sebelum terjual, fungsi gudang ini diperlukan karena antara siklus produksi dan konsumsi jarang seiring. Oleh sebab itu fungsi gudang dinilai cukup penting sebelum barang didistribusikan kepada konsumen.

1. Menentukan lokasi gudang

Dalam menentukan lokasi gudang, keputusan manajemen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (Swastha, 1999:132) :

- a. Jenis barang
- b. Biaya transportasi
- c. Pasar
- d. Sewa
- e. Penyediaan tenaga kerja
- f. Pajak
- g. Kondisi geografis
- h. Persaingan

Penting tidaknya faktor-faktor tersebut tergantung pada keadaan pabrik, ataupun perantara dalam saluran. Di sini lebih ditekankan pada penggunaan fasilitas milik sendiri walaupun pemilihan untuk menggunakan gudang umum juga didasarkan pada faktor yang sama.

2. Operasi gudang

Ada empat keputusan penting didalam operasi/kegiatan gudang umum yang perlu mendapatkan perhatian yaitu (Swastha, 1999:133)

- a. Jenis fasilitas gudang
- b. Layout
- c. Penempatan persediaan
- d. Penempatan peralatan

Penggudangan sering diartikan terutama sebagai penyimpanan barang-barang sebelum digunakan, tetapi ada peningkatan pandangan yang melihat penggudangan sebagian dari sistem distribusi fisik antara pabrik dan konsumen. Didalam marketing dijelaskan bahwa fungsi penggudangan ini umumnya barjalan sepanjang saluran distribusi, sehingga fungsi ini akan dijalankan baik oleh perusahaan produsen, penyalur maupun konsumen.

D. Transportasi

Pemasar perlu mempertimbangkan kepentingan perusahaan saat membuat keputusan transportasi, pilihan sarana transportasi mempengaruhi penentuan harga pokok, kinerja pengiriman, dan kondisi barang saat diterima, semua itu akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam pengiriman barang ke gudang, dealer, dan pelanggan. Perusahaan dapat memilih diantara kelima mode transportasi yaitu: **(Kotler dan Armstrong, 2004:536)**

- a) Kereta api
- b) Truk
- c) Kendaraan air
- d) Saluran pipa

Kegiatan transportasi mencakup bidang yang luas, tanpa adanya jasa transportasi sebagai penunjang sulit tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu negara. Masyarakat yang maju ditandai oleh tersedianya fasilitas yang cukup memadai serta murah.

Transportasi secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Dalam transportasi ini terdapat dua unsur yang terpenting, yaitu (1) pemindahan/pergerakan (*movement*), (2) secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain. **(Salim, 2000:6)**

Transportasi menyebabkan nilai barang lebih tinggi di tempat tujuan dari pada di tempat asal dan nilai ini lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan untuk pengangkutannya. Nilai yang diberikan oleh transportasi adalah berupa nilai

tempat dan nilai waktu. Kedua nilai ini diperoleh jika barang telah diangkut ketempat dimana nilainya lebih tinggi dan dapat dimanfaatkan tepat pada waktunya.

Manajer logistik umumnya memilih suatu model transportasi berdasarkan pada beberapa kriteria: **(McDaniel,200:147)**

- a. Biaya (*cost*) : Jumlah total yang dibebankan suatu pengangkut tertentu untuk memindahkan produk dari asalnya ke tujuan.
- b. Waktu transit (*transit time*) : Waktu total suatu pengangkut memiliki barang, meliputi waktu yang diperlukan untuk menjemput dan mengirim barang, menangani, dan memindahkan antara tempat asal ketujuan akhir.
- c. Keterandalan (*reliability*) : Konsistensi dengan mana pengangkut mengirimkan produk tepat waktu dan kondisi yang dapat diterima.
- d. Kemampuan (*Capability*) : Kemampuan pengangkut menyediakan peralatan yang cocok dan kondisi untuk memindahkan barang tertentu, seperti barang yang harus diangkut dalam suatu lingkungan yang terkontrol.
- e. Jangkauan (*Accebility*) : Kemampuan pengangkut dalam memindahkan barang melalui jalur atau jaringan khusus.
- f. Penelusuran (*Traceability*) : Kemudahan relatif dimana suatu pengiriman dapat ditemukan lokasinya dan dialihkan.

Pengangkutan diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan pengangkutan dimulai, ke tempat tujuan, kemana kegiatan pengangkutan diakhiri.**(Nasution, 2004:15)**

Di Indonesia dalam perdagangan nasional sebagian besar barang diangkut lewat darat dan lewat laut. Sedangkan pengangkutannya dilakukan dengan kendaraan bermotor (truk, trailer), kereta api, dan kapal laut. **(Tjiptono, 2001:204)**

Pemasaran perlu memperhatikan keputusan transportasi perusahaan, pemilihan transportasi yang menyangkut mempengaruhi harga produk, kinerja, penyerahan, dan kondisi barang ketika tiba, dimana semuanya akan

mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam pemilihan transportasi ada tiga macam yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Transportasi darat yang terdiri dari transportasi jalan raya dan jalan rel dengan alat angkutan motor, dan lain-lain.
2. Transportasi melalui air, meliputi transportasi air pedalaman dan transportasi laut, dimana alat angkut yang digunakan seperti sampan, motor boat, kapal, perahu dan sebagainya.
3. Transportasi udara dengan alat angkutan berupa pesawat.

Memilih jenis alat angkutan umum yang akan digunakan oleh perusahaan dapat dilakukan berdasarkan pada beberapa faktor, yaitu: **(Swastha dan Irawan, 2003:327)**

1. Karakteristik operasi
Keputusan manajemen untuk menggunakan alat angkutan umum (*common carrier*) dapat didasarkan pada penelitian dari karakteristik dan operasinya, yakni kecepatan dalam pengiriman, frekuensi jasanya, kemampuan/kapasitas, fleksibilitas operasinya, dan ketergantungan dari jasa tersebut.
2. Biaya total
Adanya manajemen logistik yang baik akan memudahkan bagi manajer dalam mengadakan pengawasan serta mengurangi biaya operasinya. Dengan pendekatan biaya total ini, jumlah biaya dari suatu sistem distribusi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :
$$D = T + FW + VW + S$$

Keterangan :

 - D : distribusi biaya total
 - T : biaya pengangkutan total
 - FW : biaya simpan (digudang) tetap total
 - VW : biaya simpan (digudang) variabel total
 - S : biaya total dari penjualan yang hilang untuk menyeimbangkan keterlambatan dalam pengiriman
3. Pendekatan biaya transportasi
Perusahaan mempunyai beberapa alternatif pilihan untuk menggunakan alat angkut dipabrik dan gudang yang sudah berdiri, yaitu:
 - a. alat angkut yang dipergunakan harus dibeli

- b. alat angkut yang diperlukan harus disewa dari perusahaan lain dan menggunakannya dengan bebas.
- c. Menggunakan alat angkut umum (common carrier) atau alat angkut yang dicarter (contract carier)
- d. Menggunakan kombinasi dari ketiganya

E. Pengertian dan Fungsi Salesman

1. Pengertian Salesman

Salesman adalah petugas lapangan yang menjadi ujung tombak perusahaan terhadap masyarakat ataupun pasar. Melalui petugas lapangan ini perusahaan dapat mengetahui keinginan dan tuntutan yang sedang berkembang di masyarakat. Termasuk tuntutan masyarakat terhadap produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan. Melalui orang-orang inilah perusahaan mendapatkan order pembelian barang. (Wardana,2008:1)

Salesman adalah tipe pekerjaan sosial yang membutuhkan pengetahuan istimewa tentang konsumen dan produk perusahaan mereka, dan harus terus mempelajari konsumen sasaran produk perusahaannya. (Siswanto Sutojo, 2008)

Beberapa hal yang harus dimiliki oleh seorang petugas lapangan/salesman:

- b. Pengetahuan (*knowledge*), yaitu pengetahuan tentang ilmu yang harus dikuasai pada suatu posisi, baik mengenai perusahaan terlebih lagi mengenai produk-produk yang akan dihasilkan.
- c. Kemampuan (*Ability*), yaitu kemampuan untuk menangani tugas-tugas yang diamanahkan, seperti kemampuan memasarkan produk.
- d. Keahlian (*Skill*), yaitu beberapa keahlian yang diperlukan agar suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik.

- e. Sikap (*Attitude*), yaitu emosi dan kepribadian yang harus dimiliki agar suatu pekerjaan berhasil dengan sukses. (Arep, Tanjung, 2004:108)

2. Fungsi Salesman

Perlu tidaknya petugas lapangan/salesman harus betul-betul dikaji oleh perusahaan. Ada perusahaan yang mendistribusikan produknya melalui penyalur tunggal, karena sudah ada tenaga penjualan dari distributor yang akan menjual produknya langsung kepelanggan. Dalam hal ini tenaga penjualan tersebut berperan sebagai petugas lapangan/salesman yang akan mengontrol pendistribusian produk, memonitor keadaan pasar, membantu memajang alat bantu promosi, menjembatani keperluan perusahaan dengan para pelanggan ataupun pengecer.

Berikut adalah fungsi atau tugas dari salesman yaitu :

- a. Mengkomunikasikan keunggulan produk/jasa perusahaan, menjalankan promosi agar penjualan ditempat pelanggan semakin cepat.
- b. Menjual produk yang dihasilkan perusahaan
- c. Memberikan berbagai pelayanan kepada pelanggan
- d. Mencari informasi tentang pesaing dilapangan untuk disampaikan kepada manajemen agar dapat diolah menjadi strategi atau taktik untuk masa mendatang. (Fikri C. Wardana, 2008:5)

Menurut Zaithmal dan Bitner fungsi salesman adalah sebagai bagian yang menangani layanan untuk mendukung produk atau jasa yang dibeli oleh pelanggan, serta tugas lain sebenarnya bisa menyangkut banyak pekerjaan, mulai

dari memberi informasi, menangani keluhan, sampai membuat jadwal kunjungan penjualan. (Kotler, 2005:54)

Menurut Roy Gani tugas dari salesman yaitu :

- a. Memberikan informasi kepada konsumen, mengenai kegunaan dan manfaat produk
- b. Meningkatkan *awareness* serta *interest* kepada konsumen.
- c. Memonitor kekurangan stock di setiap display, sekaligus merapikannya agar produk mudah dilihat dan dikontrol. (McDaniel, 2001:7)

F. Pandangan Islam Tentang Pemasaran

Pemasaran yang bernuansa islami dapat dicari pertimbangannya dalam Al-Qur'an. Alquran memberikan dua persyaratan dalam proses bisnis yakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan persyaratan vertical (spiritual). Surat Albaqarah menyebutkan : *“Kitab ini (Al-Qur'an) ini tidak ada yang diragukan didalamnya. Menjadi petunjuk bagi orang-orang yang bertaqwa”*. Ayat ini dapat dapat dijadikan sebagai pedoman didalam etika marketing :

1. Allah memberikan jaminan terhadap kebenaran Al-Qur'an, sebagai *Reability Product Guarantee*.
2. Allah menjelaskan manfaat Al-Quran sebagai produk karyaNya, yakni menjadi hudan (petunjuk).
3. Allah menjelaskan objek, sasaran, costumer, sekaligus target penggunaan kitab suci tersebut, yakni orang-orang yang bertaqwa.

Isyarat diatas sangat relevan dipedomani dalam melakukan proses marketing, sebab marketing merupakan bagian yang sangat penting dan menjadi mesin suatu perusahaan. (Eldine, 2006:134)

Allah berfirman dalam surat Albaqarah ayat 275 :



Artinya : orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Keterangan :

[174] Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan

emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

[175] Maksudnya: orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

[176] Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi merupakan permasalahan yang pernah diteliti diantaranya oleh :

Firman (2008) dengan judul : Analisis Saluran Distribusi Produk Aqua Gallon Pada PT. Helindo Mitratirta Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab tidak tercapainya target distribusi produk Aqua Gallon pada PT. Helindo Mitratirta Pekanbaru. Jenis sumber data penelitian ini adalah data primer dan data Sekunder. Analisis data yang yang digunakan yaitu metode deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Dari penelitian ini diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan pada bagian transportasi dan penggudangan yang memberikan pengaruh besar terhadap kelancaran pendistribusian produk.

Rohman (2008) dengan judul : Saluran Distribusi Herbisida Pada PT. Kresna Bumitama Sejati Cabang Riau. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi tidak tercapainya target pendistribusian produk herbisida pada PT. Kresna Bumitama Sejati Cabang Riau. Sumber data

penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif. Hipotesis yang diajukan yaitu diduga tidak tercapainya target pendistribusian herbisida pada PT. Kresna Bumitama Sejati Cabang Riau disebabkan oleh transportasi dan fasilitas gudang yang belum memadai. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa tidak tercapainya target pendistribusian produk herbisida disebabkan oleh jumlah armada transportasi yang terbatas yaitu hanya 7 unit armada yang dimiliki dan kapasitas gudang yang belum memadai.

Yanti (2008) dengan judul : Analisis Saluran Distribusi Pupuk Bersubsidi Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi distribusi pupuk bersubsidi pada PT. Pertani (Persero) Cabang Riau. Jenis sumber data penelitian ini adalah data primer dan data Sekunder. Analisis data yang yang digunakan yaitu metode deskriptif. Ada empat variabel pada penelitian ini yaitu proses saluran distribusi, peranan perusahaan penyalur, transportasi, dan penggudangan. Dari penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut : tidak tercapainya target pendistribusian pupuk bersubsidi disebabkan karena adanya masalah pada saluran distribusi, jumlah armada transportasi yang terbatas yaitu hanya 8 unit, satu gudang yang dimiliki oleh PT. Pertani yang letaknya terlalu jauh dari pengecer yaitu di Dumai.

H. Hipotesis

Diduga saluran distribusi sangat mempengaruhi berfluktuasi penjualan air minum merek ESPRO pada PT. Adi Tirta Guna Indah pekanbaru.

I. Variabel Penelitian

Adapun variabel-variabel yang menjadi objek penelitian pada masalah diatas adalah:

Saluran Distribusi

- a. Kendaraan/Transportasi
- b. Penggudangan
- c. Salesman

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam usaha mendapatkan data dan keterangan yang menyangkut pembahasan penulisan ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru, jalan tanjung datuk.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Yaitu data yang penulis dapat langsung dari pihak-pihak yang berkepentingan atau objek penelitian. Data yang diperoleh berupa jumlah armada yang dimiliki, sejarah perusahaan, proses distribusi, kapasitas gudang dan lain-lain.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi yang diperoleh dari perusahaan. Data ini seperti, jumlah rata-rata produksi, penjualan, dan lain-lain.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini diambil dengan tiga teknik, yaitu:

- a. Interview, yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang.

- b. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengambil dokumen laporan pendistribusian tahunan pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.
- c. Melalui kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah karyawan transportasi (supir dan kernek) dan karyawan penggudangan yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru, yang berjumlah 26 orang dengan rincian 18 orang karyawan bagian transportasi (kernek dan supir) dan 8 orang karyawan bagian penggudangan. Dikarenakan jumlah populasi penelitian kurang dari 100 orang, maka seluruh jumlah diambil sebagai subjek penelitian.

E. Analisis Data

Dalam melakukan pengolahan data, penulis mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode dimana data-data yang dikumpulkan dipilah-pilah, kemudian dibuat tabulasi lalu dianalisis dan diuraikan dengan menggunakan teori-teori yang diambil dari bacaan yang ada didalam daftar pustaka serta dibandingkan dengan kenyataan yang ada dan kemudian diambil kesimpulan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Tirta Adi Guna Indah berdiri pada tahun 1998, berdasarkan akte nomor 008/1998 dan surat izin pendirian no. 180/HK/00946. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi air minum mineral dengan lokasi pabrik terletak di Desa Aliantan, Kecamatan Kabun, Kabupaten Rokan Hulu. Dan lokasi gudang terletak di Jln. Tanjung Datuk Pekanbaru.

Berdasarkan jumlah permintaan akan air minum mineral yang cukup tinggi, khususnya di propinsi Riau maka perusahaan ini didirikan, dengan modal awal Rp. 140.000.000,- dan kemudian mendapatkan pinjaman modal dari bank, yang mana pinjaman modal ini digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan perusahaan PT. Tirta Adi Guna Indah dipimpin langsung oleh pemiliknya yaitu Bapak Robby Gunawan. Jumlah karyawan PT. Tirta Adi Guna Indah secara keseluruhannya adalah 80 orang untuk periode tahun 2008.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

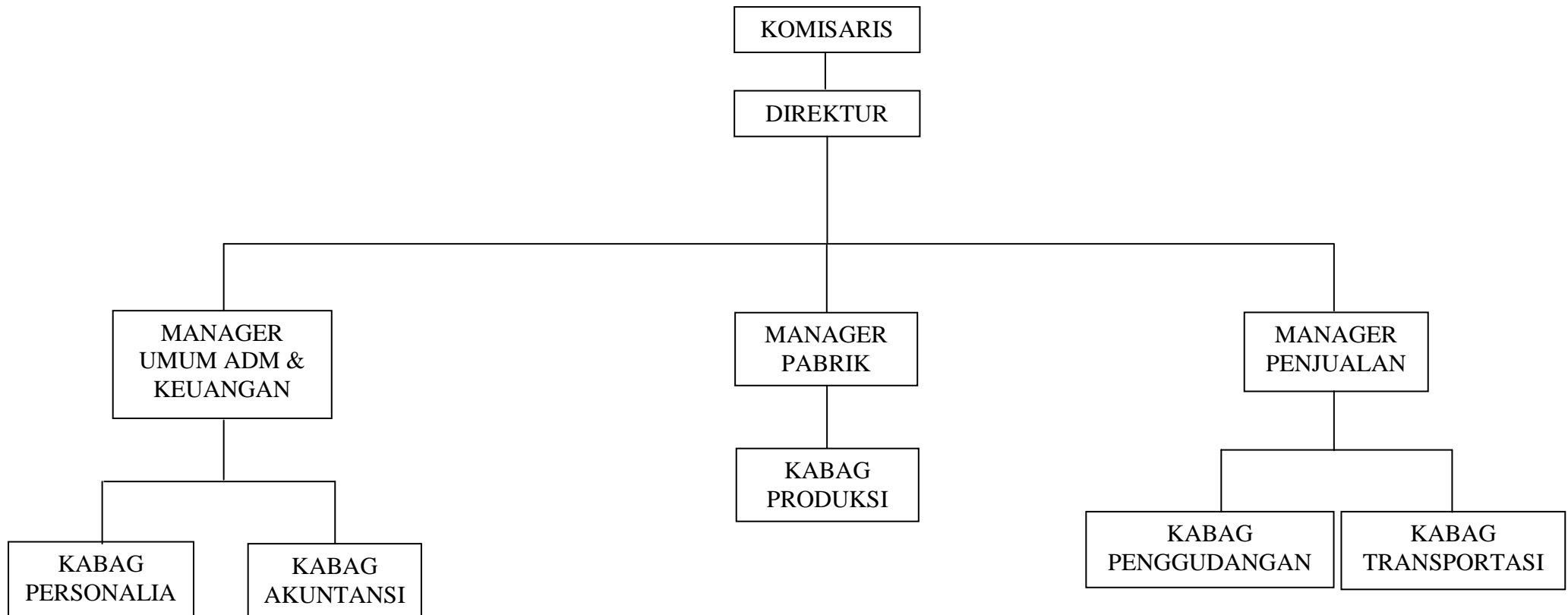
Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, maka perlu adanya perencanaan dan perumusan struktur organisasi. Hal ini dimaksud karena struktur organisasi merupakan alat dan kerangka dasar yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan. Agar semua itu dapat tercapai maka orang-orang yang

bekerja sama harus diatur sedemikian rupa sehingga masing-masing mengerti akan tugas dan tanggung jawabnya serta kepada siapa ia bertanggung jawab atas tugas yang telah dilakukannya. Oleh karena itu diperlukan suatu bagan yang memberikan gambaran secara sistematis tentang hubungan kerja setiap individu organisasi yang tergambar dalam struktur organisasi.

Dengan memperlihatkan posisi, tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing karyawan dalam suatu perusahaan, maka perlu dibuat struktur organisasi perusahaan. Struktur organisasi perusahaan adalah bagan yang menunjukkan hubungan antar manusia dalam suatu organisasi, struktur organisasi inilah yang memperjelas pengkoordinasian karyawan.

Struktur organisasi yang akan dipergunakan oleh suatu perusahaan, harus didasarkan pada suatu sistem kerja dan prosedur kerja. Sistem kerja dan prosedur kerja tidak dapat disusun tanpa memperhatikan struktur organisasi yang ada, jadi struktur organisasi harus menunjukkan pembagian kerja dan sekaligus memudahkan sistem dan prosedur kerja.

Gambar IV.2
STRUKTUR ORGANISASI PT. TIRTA ADI GUNA INDAH



Sumber : PT. Tirta Adi Guna Indah

Dari bagian struktur organisasi yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dilihat bahwa struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Tirta Adi Guna Indah adalah struktur organisasi garis, dimana menunjukkan suatu rangkaian kekuasaan atau wewenang dari atasan langsung kebawahan, kemudian bawahan akan mempertanggung jawabkan kepada atasannya.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka penulis akan menguraikan secara singkat mengenai tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh personil pada PT. Tirta Adi Guna Indah.

1. Dewan Komisaris

Mempunyai tugas :

- a. Mengawasi dan memeriksa jalannya kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Merumuskan kebijaksanaan atau rencana jangka panjang perusahaan.
- c. Memberi nasehat kepada Direktur untuk kelancaran jalannya perusahaan.
- d. Menerima pertanggung jawaban direktur.

2. Direktur

Adapun tugas dari Direktur adalah :

- a. Bertanggung jawab kepada dewan komisaris mengenai perkembangan kegiatan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab terhadap jalannya perusahaan secara universal dengan mengkoordinir, mengarahkan dan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

- c. Mewakili perusahaan dalam hubungan dengan badan-badan diluar lingkungan perusahaan.

3. Manager Umum

Mempunyai tugas :

- a. Membimbing dan mengawasi pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh manager pabrik, manager pemasaran, dan manager pembelian.
- b. Mengendalikan sumber-sumber pendapatan dan pengawasan pembelian serta kekayaan perusahaan.
- c. Menyusun laporan keuangan perusahaan.
- d. Kepala keuangan bertanggung jawab kepada Direktur dan dapat bekerja sama dengan manajer lain.

4. Manajer Pabrik

Adapun tugasnya adalah sebagai berikut :

- a. Mengkoordinir dan menguasai semua kegiatan proses produksi, mulai dari masuknya bahan baku dan bahan tambahan sampai menjadi barang jadi.
- b. Bertanggung jawab atas pekerjaannya kepada Direktur.

5. Manager Pemasaran/Penjualan

Adapun tugas dari manager pemasaran dan pembelian adalah :

- a. Mengkoordinir kegiatan penjualan untuk memperoleh langganan dan pemeliharaan hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Memberi data dan informasi mengenai pasar dan permintaan pelanggan.

C. Daerah Pemasaran

Dalam usaha memasarkan produk yang dihasilkan, perusahaan harus dapat menguasai daerah pemasaran yang cukup luas untuk mendistribusikan barang dan jasa yang akan dipasarkan tersebut. Menguasai daerah pemasaran yang luas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, guna pencapaian keuntungan yang maksimal.

Semakin luas daerah pemasaran suatu perusahaan, maka semakin besar pula hasil produksi yang dapat dipasarkan. Hal ini memberikan kemungkinan berkembangnya perusahaan lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai daerah pemasaran yang sempit. Pencapaian ini akan mempengaruhi omzet penjualan yang akan dicapai perusahaan.

Dengan meningkatnya volume penjualan maka keuntungan yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Sebaliknya jika daerah pemasaran suatu perusahaan kecil atau sempit, maka akan sulit bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, tentunya nanti akan berimbas kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan, yaitu semakin kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan itu sendiri.

PT. Tirta Adi Guna Indah dalam memasarkan produknya menggunakan jasa atau perantara pihak lain seperti pedagang dan sebagainya, namun ada juga sebagian dijual langsung kekonsumen. Adapun daerah pemasaran pada PT. Tirta Adi Guna Indah adalah delapan Kabupaten yang ada di Propinsi Riau, yaitu Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Kampar, Kabupaten Kota (Pekanbaru), Dumai, Rohil, Inhil, Inhu, dan siak.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada Bab ini akan diuraikan analisis hasil penelitian dalam pembahasan apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap berfluktuasinya penjualan air minum merek ESPRO pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Ada tiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu penggudangan, transportasi, dan salesman.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif yaitu suatu cara menganalisis data yang telah tersedia pada objek penelitian dan membandingkannya dengan uraian teoritis dan berbagai literatur yang terdapat dalam daftar pustaka. Data diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada 18 orang karyawan bagian transportasi dan 8 orang karyawan bagian penggudangan pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru. Selanjutnya data yang diperoleh ditabulasikan dalam bentuk tabel-tabel berupa data olahan.

B. Deskripsi Variabel

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, variabel-variabel dalam penelitian ini adalah transportasi, penggudangan, dan salesman. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka dapat diperoleh gambaran mengenai tiga variabel yang akan diuarikan satu persatu sebagai berikut.

1. Analisis Transportasi

Sasaran manajemen transportasi adalah mencapai efisiensi operasional yang tinggi, dengan efisiensi dalam sistem manajemen merupakan satu kesatuan, dimana bagian satu berkaitan dengan bagian yang lainnya, maka kelebihan atau kelemahan disalah satu bagian merupakan kekuatan atau kelemahan pada bagian yang lainnya. Apabila perusahaan ingin maju dan berkembang, maka ia perlu menyeimbangkan kekuatan pada semua bagian atau departemen agar dapat menjadi perusahaan yang berkembang yang dapat bertahan dalam kondisi apapun.

Seiring dengan berkembangnya permintaan hasil produksi, peranan pengangkutan menjadi sangat penting dalam menyalurkan hasil produksi agar dapat sampai ke tangan konsumen secara cepat dan tepat. Peranan pengangkutan menjadi sangat penting untuk dapat menjangkau semua daerah pemasaran produksi secara cepat dan merata sehingga arus barang dari perusahaan ke konsumen dapat berjalan dengan lancar.

Untuk mempermudah sistem pemasaran dan pengangkutan hasil produksi, perusahaan harus mempunyai kendaraan-kendaraan yang nantinya digunakan sebagai alat transportasi. Kendaraan-kendaraan yang dibutuhkan harus disesuaikan dengan jumlah produksi yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga tercapai suatu tingkat keseimbangan antara armada transportasi dengan jumlah barang yang diangkut.

Dalam kegiatan transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah pekanbaru memiliki beberapa masalah, diantaranya masalah mesin kendaraan, kendaraan

dalam armada pengangkutan, jalur yang dilalui dan tentang perekrutan karyawan bagian transportasi.

Pada variabel transportasi ini penulis membuat lima pertanyaan untuk 18 orang karyawan bagian transportasi yang diharapkan dapat membantu dalam menganalisa berbagai permasalahan dalam transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah pekanbaru. Kelima pertanyaan itu adalah: Sebelum menyalurkan produk ke konsumen dan pedagang PT. Tirta Adi Guna Indah selalu melakukan pengecekan mesin kendaraan terlebih dahulu, Dalam proses penyaluran barang keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan sudah bagus, Karyawan bagian transportasi yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah pada umumnya memiliki keahlian mesin, Transportasi dapat mempengaruhi penjualan air minum merek ESPRO pada PT. Tirta Adi Guna Indah, dan Kinerja Karyawan bagian transportasi pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah baik.

Untuk lebih jelasnya dan mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang permasalahan transportasi di perusahaan tersebut dapat dijelaskan pada tabel-tabel dibawah ini :

Tabel V.1 : Tanggapan responden mengenai pengecekan mesin kendaraan sebelum melakukan kegiatan transportasi.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	11,1
Setuju	4	22,2
Netral	10	55,6
Tidak Setuju	2	11,1
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	18	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.1 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 2 orang atau 11,1 %, yang menyatakan setuju 4 orang atau 22,2 %, yang menyatakan netral 10 orang atau 55,6 %, yang menyatakan tidak setuju 2 orang atau 11,1 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden tidak terlalu memperhatikan pengecekan mesin kendaaraannya sebelum melakukan kegiatan transportasi.

Tabel V.2 : Tanggapan responden mengenai keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan sudah bagus.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	33,3
Setuju	8	44,4
Netral	-	-
Tidak Setuju	4	22,2
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	18	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.2 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 6 orang atau 33,3 %, yang menyatakan setuju 8 orang atau 44,4 %, yang menyatakan netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju 4 orang atau 22,2 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan sudah bagus.

Tabel V.3 : Tanggapan responden mengenai karyawan bagian transportasi pada umumnya memiliki keahlian mesin.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	5,6
Setuju	3	16,7
Netral	5	27,8
Tidak Setuju	8	44,4
Sangat Tidak Setuju	1	5,6
Jumlah	18	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.3 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 1 orang atau 5,6 %, yang menyatakan setuju 3 orang atau 16,7 %, yang menyatakan netral 5 orang atau 27,8 %, yang menyatakan tidak setuju 8 orang atau 44,4 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang atau 5,6 %.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden karyawan bagian transportasi pada umumnya belum memiliki keahlian mesin.

Tabel V.4 : Tanggapan responden mengenai transpotasi dapat mempengaruhi penjualan pada PT. Tirta Adi Guna Indah.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	33,3
Setuju	10	55,6
Netral	2	11,1
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	18	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.4 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 6 orang atau 33,3 %, yang menyatakan setuju 10 orang atau 55,6 %, yang menyatakan netral 2 orang atau 11,1%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa transpotasi dapat mempengaruhi penjualan.

Tabel V.5 : Tanggapan responden mengenai Kinerja Karyawan bagian transportasi sudah baik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	11,1
Setuju	5	27,8
Netral	5	27,8
Tidak Setuju	4	22,2
Sangat Tidak Setuju	2	11,1
Jumlah	18	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.5 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 2 orang atau 11,1 %, yang menyatakan setuju 5 orang atau 27,8 %, yang menyatakan netral 5 orang atau 27,8 %, yang menyatakan tidak setuju 4 orang atau 22,2 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 2 orang atau 11,1 %.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja Karyawan bagian transportasi masih kurang baik.

Tabel V.6 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Transportasi Pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Variabel transportasi	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sebelum menyalurkan produk ke konsumen dan pedagang PT. Tirta Adi Guna Indah selalu melakukan pengecekan mesin kendaraan terlebih dahulu.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	2 4 10 2 -	11,1 22,2 55,6 11,1 -
	Jumlah		18	100
2.	Dalam proses penyaluran barang keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan sudah bagus.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	6 8 - 4 -	33,3 44,4 - 22,2 -
	Jumlah		18	100
3.	Karyawan bagian transportasi yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah pada umumnya memiliki keahlian mesin.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	1 3 5 8 1	5,6 16,7 27,8 44,4 5,6
	Jumlah		18	100
4.	Transportasi dapat mempengaruhi penjualan air minum merek ESPRO pada PT. Tirta Adi Guna Indah	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	6 10 2 - -	33,3 55,6 11,1 - -
	Jumlah		18	100
5.	Kinerja Karyawan bagian transportasi pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah baik.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	2 5 5 4 2	11,1 27,8 27,8 22,2 11,1
	Jumlah		18	100

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden tentang pengecekan mesin kendaraan sebelum menyalurkan produk ke konsumen, dari 18 orang responden yang menjawab netral atau ragu-ragu sebanyak 10 orang atau 55,6 %, dengan kata lain responden menyatakan jarang melakukan pengecekan secara berkala. Tentang pertanyaan keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan dalam melakukan penyaluran produk ke konsumen sudah baik, ini terbukti dengan

responden lebih banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 8 orang atau 44,4 % dari 18 orang responden.

Tanggapan responden tentang pertanyaan Karyawan bagian transportasi pada umumnya memiliki keahlian mesin, lebih banyak menjawab tidak setuju dari 18 orang responden menjawab tidak setuju 8 orang atau 44,4 %. Tentang pertanyaan transportasi dapat mempengaruhi penjualan, responden lebih banyak menjawab setuju yaitu 10 orang atau 55,6 %. Sedangkan tentang Kinerja Karyawan bagian transportasi responden menanggapi masih kurang baik, terbukti masih banyak responden yang menjawab tidak setuju 4 orang atau 22,2 % dan sangat tidak setuju 2 orang atau 11,1 %.

2. Analisis Penggudangan

Penggudangan juga merupakan bagian dari saluran distribusi. Jumlah, luas dan lokasi gudang sering menjadi permasalahan dalam suatu perusahaan.

Gudang adalah tempat penyimpanan hasil produksi sebelum dipasarkan. Bagaimana pada bagian penggudangan dirancang sedemikian rupa agar produk yang disimpan tidak rusak, tidak berkurang secara kuantitas maupun kualitasnya. Untuk produk yang dihasilkan oleh PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru, harus menyediakan tempat yang betul-betul terjaga baik suhu maupun kebersihannya. PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru memiliki gudang dengan luas 140 m²

Sejak berfluktuasinya tingkat penjualan, PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru agak kewalahan dalam mengoptimalkan pemanfaatan gudang yang ada. Untuk variabel penggudangan ini penulis memiliki kuesioner dengan lima

buah pernyataan yang akan dibagikan kepada responden. Kelima pernyataan tersebut adalah : Dalam proses penyimpanan PT. Tirta Adi Guna Indah menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain), Kapasitas gudang yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah sudah memadai untuk menampung hasil produksi, Proses penanganan produk dalam gudang pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik, Untuk proses penyimpanan letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis, dan Di dalam gudang antara produk merek ESPRO dan ARONA diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk).

Untuk lebih jelasnya dan mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang permasalahan penggudangan tersebut dapat dijelaskan pada tabel-tabel dibawah ini :

Tabel V.7 : Tanggapan responden mengenai Dalam proses penyimpanan perusahaan menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain).

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	75
Setuju	2	25
Netral	-	-
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	8	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.7 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 6 orang atau 75 %, yang menyatakan setuju 2 orang atau 25 %, yang menyatakan netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju tidak ada, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Dalam proses penyimpanan perusahaan menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain).

Tabel V.8 : Tanggapan responden mengenai Kapasitas gudang yang dimiliki sudah memadai untuk menampung hasil produksi.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	-	-
Netral	-	-
Tidak Setuju	5	62,5
Sangat Tidak Setuju	3	37,5
Jumlah	8	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.8 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju tidak ada, yang menyatakan setuju tidak ada, yang menyatakan netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju 5 orang atau 62,5 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 3 atau 37,5 %.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa gudang yang dimiliki belum memadai untuk menampung hasil produksi.

Tabel V.9 : Tanggapan responden mengenai Proses penanganan produk dalam gudang sudah sangat baik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	50
Setuju	4	50
Netral	-	-
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	8	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.9 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 4 orang atau 50 %, yang menyatakan setuju 4 orang atau 50 %, yang menyatakan

netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju tidak ada, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Proses penanganan produk dalam gudang sudah sangat baik.

Tabel V.10 : Tanggapan responden mengenai letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	12,5
Setuju	2	25
Netral	-	-
Tidak Setuju	4	50
Sangat Tidak Setuju	1	12,5
Jumlah	8	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.10 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 1 orang atau 12,5 %, yang menyatakan setuju 2 orang atau 25 %, yang menyatakan netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju 4 orang atau 50 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang atau 12,5 %.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa letak gudang dengan area pemasaran masih belum strategis.

Tabel V.11 : Tanggapan responden mengenai produk merek ESPRO dan ARONA pada PT. Tirta Adi Guna Indah diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk).

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	75
Setuju	2	25
Netral	-	-
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	8	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.11 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 6 orang atau 75 %, yang menyatakan setuju 2 orang atau 25 %, yang menyatakan netral tidak ada, yang menyatakan tidak setuju tidak ada, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa PT. Tirta Adi Guna Indah dalam proses penyimpanan produk tidak melakukan pemisahan produk.

Tabel V.12 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Penggudangan Pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Variabel transportasi	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Dalam proses penyimpanan PT. Tirta Adi Guna Indah menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain).	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	6 2 - - -	75 25 - - -
	Jumlah		8	100
2.	Kapasitas gudang yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah sudah memadai untuk menampung hasil produksi.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	- - - 5 3	- - - 62,5 37,5
	Jumlah		8	100
3.	Proses penanganan produk dalam gudang pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	4 4 - - -	50 50 - - -
	Jumlah		8	100
4.	Untuk proses penyimpanan letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	1 2 - 4 1	12,5 25 - 62,5 12,5
	Jumlah		8	100
5.	Di dalam gudang antara produk merek ESPRO dan ARONA diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk).	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	6 2 - - -	75 25 - - -
	Jumlah		8	100

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden tentang proses penyimpanan PT. Tirta Adi Guna Indah menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain), lebih banyak menjawab sangat setuju yaitu 6 orang atau 75 % dari 8 orang responden. Tentang pernyataan kapasitas gudang yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah sudah memadai untuk

menampung hasil produksi, responden lebih banyak menjawab tidak setuju 5 orang atau 62,5 % dari 8 orang responden.

Tanggapan responden tentang pernyataan Proses penanganan produk dalam gudang pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik, lebih banyak responden menjawab sangat setuju 4 orang atau 50 % dan setuju 4 orang atau 50%. Tentang pernyataan Untuk proses penyimpanan letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis, responden lebih banyak menjawab tidak setuju yaitu 4 orang atau 50 %. Sedangkan tanggapan responden tentang pertanyaan Di dalam gudang antara produk merek ESPRO dan ARONA diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk), responden lebih banyak menjawab sangat setuju yaitu 6 orang atau 75 % menjawab sangat setuju dari 8 orang responden.

3. Analisis Salesman

Selain transportasi dan penggudangan hal penting lainnya dalam hal saluran distribusi adalah salesman. Fungsi utama salesman adalah untuk membantu tercapainya tujuan dan target perusahaan, salesman juga mengemban tugas sebagai perwakilan dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Karena itu sangat dibutuhkan skill atau pengetahuan dari salesman itu sendiri agar dapat menjalankan tugas sesuai dengan apa yang telah ditargetkan perusahaan.

Salesman skill adalah sebuah pengetahuan yang membantu salesman untuk dapat mencapai target penjualan dengan tidak melupakan pelayanan terhadap konsumen.

Dalam hal salesman PT. Tirta Adi Guna memiliki kebijakan sendiri untuk penghematan dan efisiensi kerja karyawannya. Perusahaan ini menggabungkan bidang transportasi dengan bidang salesman, sehingga dapat menghemat dan sekaligus mengurangi biaya pengeluaran perusahaan. Tetapi tidak dalam pelaksanaannya salesman sendiri juga mengalami beberapa kendala, sehingga apa yang ditargetkan oleh perusahaan belum dapat terealisasi dengan baik. Karyawan salesman yang dimiliki PT. Tirta Adi Guna berjumlah 9 orang (supir bidang transportasi).

Untuk lebih jelasnya dan mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang permasalahan transportasi di perusahaan tersebut dapat dijelaskan pada tabel-tabel dibawah ini :

Tabel V.13 : Tanggapan responden mengenai pengetahuan tentang seluk beluk produk sangat baik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	22,2
Setuju	5	55,6
Netral	2	22,2
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	9	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.13 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju 2 orang atau 22,2 %, yang menyatakan setuju 5 orang atau 55,5 %, yang

menyatakan netral 2 orang atau 22,2 %, yang menyatakan tidak setuju tidak ada, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden setuju pengetahuan karyawan salesman tentang seluk beluk produk sudah sangat baik.

Tabel V.14 : Tanggapan resonden mengenai cara berkomunikasi dengan pelanggan telah sesuai

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	5	55,6
Netral	1	11,1
Tidak Setuju	3	33,3
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	9	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.14 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju tidak ada, yang menyatakan setuju 5 orang atau 55,6 %, yang menyatakan netral 1 orang atau 11,1 %, yang menyatakan tidak setuju 3 orang atau 33,3 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari jawaban responden pada tabel V.14 diatas dapat dijelaskan bahwa Cara berkomunikasi salesman dengan pelanggannya sudah sesuai.

Tabel V.15: tanggapan responden mengenai penampilan salesman sudah menarik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	2	22,2
Netral	2	22,2
Tidak Setuju	5	55,6
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	9	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.15 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju tidak ada, yang menyatakan setuju 2 orang atau 22,2 %, yang menyatakan netral

2 orang atau 22,2 %, yang menyatakan tidak setuju 5 orang atau 55,6 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju penampilan salesman sudah menarik.

Tabel V.16: Tanggapan responden mengenai tingkat kerapian salesman sudah sangat baik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	2	22,2
Netral	1	11,1
Tidak Setuju	6	66,7
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	9	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.16 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju tidak ada, yang menyatakan setuju 2 orang atau 22,2 %, yang menyatakan netral 1 orang atau 11,1 %, yang menyatakan tidak setuju 5 orang atau 55,6 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang atau tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju tingkat kerapian salesman sudah sangat baik

Tabel V.17 : Tanggapanb responden mengenai Kesopanan dalam melayani pelanggan sudah baik.

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	-	-
Setuju	5	55,5
Netral	1	11,1
Tidak Setuju	3	33,3
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	9	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel V.17 diatas diketahui bahwa yang menyatakan sangat setuju tidak ada, yang menyatakan setuju 5 orang atau 55,5 %, yang menyatakan netral

1 orang atau 11,1 %, yang menyatakan tidak setuju 3 orang atau 33,3 %, dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden setuju Kesopanan dalam melayani pelanggan sudah baik

Tabel V.18: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Salesman Pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru

No	Variabel transportasi	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pengetahuan anda tentang seluk beluk produk mulai dari proses pembuatan, rasa, ukuran, maupun tentang manfaat dan kegunaan produk sangat baik	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	2 5 2 - -	22,2 55,5 22,2 - -
	Jumlah		9	100
2.	Cara berkomunikasi salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah dengan pelanggan telah sesuai.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	- 5 1 3 -	- 55,6 11,1 33,3 -
	Jumlah		9	100
3.	Cara penampilan salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah menari	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	- 2 2 5 -	- 22,2 22,2 55,6 -
	Jumlah		9	100
4.	Tingkat kerapian salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	- 2 1 6 -	- 22,2 11,1 66,7 -
	Jumlah		9	100
5.	Kesopanan dalam melayani pelanggan yang ditunjukkan oleh setiap salesman/agen sudah baik.	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	- 5 1 3 -	- 55,5 11,1 33,3 -
	Jumlah		9	100

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden tentang pengetahuan anda tentang seluk beluk produk mulai dari proses pembuatan, rasa, ukuran, maupun tentang manfaat dan kegunaan produk sangat baik, lebih banyak menjawab setuju yaitu 5 orang atau 55,5 % dari 9 orang responden. Tentang pertanyaan cara berkomunikasi salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah dengan pelanggan telah sesuai., responden lebih banyak menjawab tidak setuju 5 orang atau 55,6 % dari 9 orang reponden.

Tanggapan responden tentang pertanyaan cara penampilan salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah menarik, lebih banyak menjawab tidak setuju dari 9 orang responden menjawab tidak setuju 5 orang atau 55,6 %. Tentang pernyataan tingkat kerapian salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik., responden lebih banyak menjawab tidak setuju yaitu 6 orang atau 66,7 %. Sedangkan tanggapan responden tentang pertyataan kesopanan dalam melayani pelanggan yang ditunjukkan oleh setiap saleman/agen sudah baik, responden lebih banyak menjawab setuju yaitu 5 orang atau 55,5 % dari 9 orang responden.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data yang terkumpul dianalisis perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian ini akan menentukan layakanya data untuk dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang dilakukan terhadap seluruh item pernyataan, hasilnya menunjukkan bahwa pernyataan yang ditetapkan seluruhnya valid dan reliabel. Oleh karena itu kuesionernya layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian ini. Setelah

dilakukan uji reliabilitas terhadap semua item pertanyaan dengan menggunakan alat bantu program SPSS *windows* 1.6, diketahui bahwa semua nilai koefisien alpha variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi semua item variabel di atas 0,30 dan sudah memenuhi syarat untuk valid (Soegiyono, 2006).

Tabel V.19. Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	Item	Korelasi	Validitas >0,30	Koefisien Alpha	Realibilitas >0,60
1	Penggudangan			0.794	realiabel
		0.789	Valid		
		0.842	Valid		
		0.594	Valid		
		0.596	Valid		
		0.789	Valid		
2	Salesman			0.934	realiabel
		0.853	Valid		
		0.838	Valid		
		0.867	Valid		
		0.768	Valid		
		0.838	Valid		
3	Transportasi			0.939	realiabel
		0.912	Valid		
		0.820	Valid		
		0.858	Valid		
		0.925	Valid		
		0.830	Valid		

Hasil olahan SPSS

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel Penggudangan dengan alat ukur 5 pertanyaan setelah dilakukan uji reliabilitasnya, nilai koefisien alpha adalah 0.794 yang berarti variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60. Hasil uji validitas menunjukan bahwa dari 5 pertanyaan semuanya valid karena diatas 0,30.

2. Variabel Salesman dengan alat ukur 5 pertanyaan setelah dilakukan uji reliabilitasnya, nilai koefisien alpha adalah 0.934 yang berarti variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 5 pertanyaan semuanya valid karena diatas 0,30.
3. Variabel Transpotasi dengan alat ukur 5 pertanyaan setelah dilakukan uji reliabilitasnya, nilai koefisien alpha adalah 0.939 yang berarti variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 5 pertanyaan semuanya valid karena diatas 0,30.

BAB VI

PENUTUP

Pada akhir dari hasil penelitian ini, maka penulis mencoba untuk membuat kesimpulan sesuai dengan keadaan yang ada dalam perusahaan yang penulis kemukakan pada bab terdahulu. Disini juga memberikan saran-saran kepada perusahaan, semoga saran-saran yang disampaikan menjadi masukan yang positif dalam menghadapi permasalahan-permasalahan yang dialami perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. PT. Tirta Adi Guna Indah pekanbaru adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi air minum mineral merek ESPRO dan ARONA, dalam mendistribusikan hasil produksinya perusahaan menggunakan armada transportasi milik sendiri dan gudang milik sendiri.
2. Untuk melancarkan kegiatan pendistribusian produk, perusahaan memiliki 6 unit kendaraan Colt Diesel dan 3 unit L-300.
3. Pada variabel transportasi diketahui bahwa PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru memiliki masalah-masalah yang belum diatasi. Masalah-masalah itu antara lain perusahaan kurang memperhatikan kondisi kendaraan yang dimiliki, perusahaan belum memiliki bengkel service sendiri guna menunjang kelancaran kegiatan bidang transportasi, dalam bidang keahlian karyawan tidak semua karyawan yang paham dengan

perbaikan kendaraan sehingga sering terjadi keterlambatan penyaluran barang, dan kinerja karyawan bidang transportasi belum optimal.

4. Pada variabel penggudangan ditemukan permasalahan-permasalahan yang ada yaitu kapasitas gudang yang dimiliki perusahaan masih belum memadai sehingga dengan terjadinya fluktuasi tingkat penjualan maka penggudangan sering kewalahan dalam melakukan penyimpanan barang, untuk letak dari gudang itu sendiri masih belum strategis sehingga gudang relatif sulit untuk dijangkau, dan masih diberlakukannya penggabungan antara air minum merek ESPRO dengan merek ARONA sehingga terjadi penumpukan barang pada satu gudang sehingga sering terdapat kerusakan pada produk karena penyimpanan yang kurang baik.
5. Sedangkan pada variabel salesman ditemukan permasalahan-permasalahan yang ada yaitu masih kurang baiknya cara berkomunikasi dengan konsumen, kemudian masalah penampilan serta kerapian yang masih kurang diperhatikan.
6. Dari tiga variabel yang diteliti yaitu transportasi, penggudangan dan salesman maka penulis menyimpulkan bahwa dengan berbagai permasalahan yang ada pada tiga variabel tersebut maka saluran distribusi sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan perusahaan. Kesimpulan ini sesuai antara berbagai masalah yang dialami perusahaan dengan berfluktuasinya tingkat penjualan pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.

A. Saran

Dengan memperhatikan kesimpulan diatas, demi kelancaran pendistribusian produk oleh PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru, maka penulis menyarankan :

1. Dari segi Transportasi pihak perusahaan harus membuat semacam ketentuan bagi setiap supir atau karyawan transportasi harus melakukan pengecekan mesin berkala, baik sebelum beroperasi maupun pengecekan tiap bulan. Perusahaan hendaknya memiliki tempat perbaikan untuk kendaraan transportasi didalam perusahaan sendiri sehingga apabila terjadi kerusakan pada kendaraan, dapat langsung dilakukan tindakan perbaikan agar kerusakan yang terjadi tidak menjadi masalah yang serius dalam pendistribusian produk. Kemudian perusahaan juga harus memperhatikan keahlian dalam bidang mesin kendaraan sebelum merekrut karyawan bidang transportasi, sehingga jika terjadi kerusakan ringan pada kendaraan bisa diperbaiki dan dapat meminimalisir hambatan pada pendistribusian produk.
2. Dari segi penggudangan, perusahaan harus memperluas gudang penyimpanan barangnya, karena gudang penyimpanan yang sekarang tidak memadai untuk menyimpan semua hasil produksi. Untuk lokasi gudang diharapkan ada kebijakan perusahaan untuk memindahkan lokasi gudang ke tempat yang strategis agar penyaluran barang ke konsumen dapat berjalan dengan lancar dan pengiriman barang dari perusahaan pun tidak terganggu. Kemudian perusahaan perlu membuat gudang baru agar tidak

terjadi penumpukan antara air minum merek ESPRO dengan air minum merek ARONA, sehingga dalam prosesnya karyawan penggudangan dapat mudah melakukan penyimpanan produk. Apalagi untuk sekarang ini gudang yang ada tidak memadai lagi untuk dilakukan penggabungan dua produk tersebut.

3. Dari segi salesman, diharapkan salesman dapat mempelajari cara-cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, karena dari setiap konsumen memiliki cara berkomunikasi yang berbeda-beda sesuai dengan ras atau lingkungannya. Kemudian masalah penampilan dan kerapian salesman, perusahaan seharusnya membuat semacam seragam untuk salesman yang berfungsi untuk meningkatkan citra perusahaan agar dipandang sebagai perusahaan yang professional dan memiliki karisma di mata konsumen.
4. Untuk mengoptimalkan kinerja dibidang salesman, perusahaan seharusnya memisahkan antara bidang transportasi dengan bidang salesman. Ini berguna untuk memaksimalkan kerja masing-masing bidang, bidang transportasi dapat lebih fokus pada tugasnya dan bidang pemasaran atau salesman juga bisa lebih fokus dengan tugasnya pula. Kemudian dengan pemisahan ini perusahaan dapat membangun suatu armada salesman yang baik, dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan tentang salesman yang nantinya dapat membantu meningkatkan tingkat penjualan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufik M. 2005. *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grasindo Persada. Jakarta
- Anoraga, Fandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arep Ishak, Hendri Tanjung. 2004. *Manajemen Motivasi*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Assauri, sofian 2004. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grasindo Persada. Jakarta.
- Eldine, Achyar. 2006. *Perdagangan Dalam Islam*. PT. Karya Toba Putra. Semarang.
- Firman. 2006. *Analisis Saluran Distribusi Produk Aqua Gallon Pada PT. Helindo Mitratirta Pekanbaru*. Tesis tidak diterbitkan. Pekanbaru. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
- J. Keegan, Warren. 2003. *Manajemen Pemasaran Global edisi ke enam*. PT. Ikrar Mandiriabadi. Jakarta
- Koeswara, Sonny. 2005. *Pemasaran Industri*. Djambatan. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Terjemahan Alexander. Sindoro Jilid 2. PT. Prenhelindo. Jakarta
- _____ 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terjemahan Hendra Teguh, dan Ronny A. Rusli, Prenhallindo. Jakarta.
- _____ 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. PT. Intan Sejati Klaten

Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leon dan Chin Tiong Tan. 2004.

Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia. PT. Intan Sejati. Klaten

Lamb, Hair, McDaniel. 2001. *Pemasaran Salemba Empat*. Jakarta

Marius P. Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran (edisi kedua)*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Nasution, M.Nur. 2004. *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.

Rohman Abdul. 2008. *Analisis Saluran Distribusi Herbisida Pada PT. Kresna Bumitama Sejati Cabang Riau*. Tesis tidak diterbitkan. Pekanbaru. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

Salim, Abbas. 2000. *Manajemen Transportasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Suharsimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sutojo Siswanto. 2008. *Manajemen Armada Salesman*. PT. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

_____. 2000. *Azas-Azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran* PT. Andi. Yogyakarta.

Wardana Fikri C. 2008. *Cara Mudah Menjadi Salesman*. Kompas Gramedia. Jakarta.

Yanti Amri. 2008. *Analisis Saluran Distribusi Pupuk Bersubsidi Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Riau*. Tesis tidak diterbitkan. Pekanbaru. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Target dan Realisasi Pendistribusian Air Minum Merek Espro pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru	3
Tabel I.2	: Jenis dan Jumlah Transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru	4
Tabel I.3	: Rata-rata Jumlah Produksi ESPRO Pertahun PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru	5
Tabel I.4	: Jumlah Muatan Armada Transportasi PT. Tirta Adi Guna Indah	5
Tabel V.1	: Tanggapan responden mengenai pengecekan mesin kendaraan sebelum melakukan transportasi	42
Tabel V.2	: Tanggapan responden mengenai keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan	43
Tabel V.3	: Tanggapan responden mengenai karyawan bagian transportasi pada umumnya memiliki keahlian mesin.....	44
Tabel V.4	: Tanggapan responden mengenai transportasi dapat mempengaruhi penjualan pada PT. Tirta Adi Guna Indah	44
Tabel V.5	: Tanggapan responden mengenai karyawan bagian transportasi sudah baik.....	45
Tabel V.6	: Rekapitulasi tanggapan responden tentang variabel transportasi pada PT. Tirta Adi Guna Indah	46
Tabel V.7	: Tanggapan responden mengenai dalam proses penyimpanan perusahaan menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain)	48
Tabel V.8	: Tanggapan responden mengenai Kapasitas gudang yang dimiliki sudah memadai untuk menampung hasil produksi.....	49
Tabel V.9	: Tanggapan responden mengenai Proses penanganan produk dalam gudang sudah sangat baik.....	49
Tabel V.10	: Tanggapan responden mengenai letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis	50
Tabel V.11	: Tanggapan responden mengenai produk merek ESPRO dan ARONA pada PT. Tirta Adi Guna Indah diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk)	50
Tabel V.12	: Rekapitulasi tanggapan responden tentang variabel penggudangan pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.....	52

Tabel V.13	:	Tanggapan responden mengenai pengetahuan tentang seluk beluk produk sangat baik	54
Tabel V.14	:	Tanggapan responden mengenai cara berkomunikasi dengan pelanggan telah sesuai	55
Tabel V.15	:	Tanggapan responden mengenai penampilan salesman sudah menarik.....	55
Tabel V.16	:	Tanggapan responden mengenai tingkat kerapian salesman sudah sangat baik	56
Tabel V.17	:	Tanggapan responden mengenai Kesopanan dalam melayani pelanggan sudah baik	50
Tabel V.18	:	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Salesman pada PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 : Denah Gudang PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru..... 6

Gambar IV.2 : Struktur Organisasi PT. Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.....36

KUESIONER PENELITIAN

I. Kata Pengantar

Teriring doa semoga saudara dalam keadaan sehat dan sukses dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Melalui kesempatan ini saya mohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktunya sedikit untuk mengisi daftar pertanyaan kuesioner penelitian ini dengan baik dan benar.

Tujuan pengisian kuesioner penelitian ini adalah untuk dijadikan bahan/data dalam penelitian ini, dan kemudian ditulis kedalam skripsi dengan judul “Analisis Saluran Distribusi Air Minum Merek ESPRO pada PT.Tirta Adi Guna Indah Pekanbaru.”

Bahan jawaban yang Saudara berikan sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasi yang saudara berikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Muhammad Azri

II. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang dianggap paling sesuai
2. Keterangan :
 - a. SS : Sangat setuju
 - b. S : Setuju
 - c. N : Netral
 - d. TS : Tidak setuju
 - e. STS : Sangat tidak setuju

A. Identitas Responden

Nama :

Jabatan :

B. Kuesioner Transportasi/Kendaraan

No	Pernyataan Transportasi/Kendaraan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Sebelum menyalurkan produk ke konsumen dan pedagang PT. Tirta Adi Guna Indah selalu melakukan pengecekan mesin kendaraan terlebih dahulu.					
2	PT. Tirta Adi Guna Indah telah memiliki bengkel service kendaraan sendiri guna mendukung kelancaran kegiatan bidang transportasi					
3	Dalam proses penyaluran barang keadaan jalan yang dilalui oleh kendaraan sudah bagus.					
4	Karyawan bagian transportasi yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah pada umumnya memiliki keahlian mesin.					
5	Kinerja Karyawan bagian transportasi pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah baik.					

II. Petunjuk Pengisian

- Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang dianggap paling sesuai
- Keterangan :
 - SS : Sangat setuju
 - S : Setuju
 - N : Netral
 - TS : Tidak setuju
 - STS : Sangat tidak setuju

A. Identitas Responden

Nama :

Jabatan :

B. Kuesioner Penggudangan

No	Pernyataan Penggudangan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Dalam proses penyimpanan PT. Tirta Adi Guna Indah menggunakan gudang milik sendiri (tidak menggunakan jasa perusahaan lain)					
2	Kapasitas gudang yang dimiliki oleh PT. Tirta Adi Guna Indah sudah memadai untuk menampung hasil produksi.					
3	Proses penanganan produk dalam gudang pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik.					
4	Untuk proses penyimpanan letak gudang dengan area pemasaran sudah cukup strategis.					

5	Di dalam gudang antara produk merek ESPRO dan ARONA diletakkan pada gudang yang sama (tidak dilakukan pemisahan produk).					
---	--	--	--	--	--	--

C. Kueioner Salesman

No	Pernyataan Salesman	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pengetahuan anda tentang seluk beluk produk mulai dari proses pembuatan, rasa, ukuran, maupun tentang manfaat dan kegunaan produk sangat baik.					
2	Cara berkomunikasi salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah dengan pelanggan telah sesuai.					
3	Cara penampilan salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah menarik.					
4	Tingkat kerapian salesman/agen pada PT. Tirta Adi Guna Indah sudah sangat baik.					
5	Kesopanan dalam melayani pelanggan yang ditunjukkan oleh setiap saleman/agen sudah baik.					